

PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITI PENDUKUNG

JKT48 TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN

(Studi pada Pengguna Motor di Wilayah Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna Meraih Gelar

Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

Disusun Oleh:

MUHAMMAD HARISH KAUTSAR AKBAR

F1214047

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1 TRANSFER

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA

2016

ABSTRAK

PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITI PENDUKUNG TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN (Studi pada Konsumen Motor Honda Beat di Surakarta)

MUHAMMAD HARISH KAUTSAR AKBAR
F1214047

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian pengujian hipotesis guna menguji : 1) pengaruh daya tarik endorser pada kredibilitas Celebrity Endorser, 2) pengaruh Keahlian endorser pada Kredibilitas Celebrity Endorser, 3) pengaruh kredibilitas Celebrity Endorser pada efektifitas iklan, 4) pengaruh efektifitas iklan pada ekuitas merek, 5) pengaruh efektifitas iklan pada niat beli, 6) pengaruh ekuitas merek pada niat beli. Penelitian ini dilakukan pada pengguna motor calon pembeli motor Honda Beat di Surakarta. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Convenience Sampling*.

Kriteria Responden dalam penelitian ini adalah pengguna motor yang ada di Surakarta. Penelitian ini mengambil jumlah responden sebanyak 95 orang dengan menggunakan teknik *Random Scale*. Adapun pengumpulan data ini menggunakan kuesioner. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis smartPLS.

Penelitian ini menggunakan kuantitatif, hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1) daya tarik endorser berpengaruh signifikan pada kredibilitas Celebrity Endorser; 2) keahlian endorser berpengaruh signifikan pada kredibilitas Celebrity Endorser; 3) kredibilitas endorser berpengaruh signifikan pada efektifitas iklan; 4) efektifitas iklan berpengaruh signifikan pada ekuitas merek; 5) efektifitas iklan berpengaruh signifikan pada niat beli; 6) ekuitas merek berpengaruh signifikan pada niat beli terhadap iklan motor Honda Beat.

Kata kunci: Kredibilitas, daya tarik, keahlian, efektifitas iklan, ekuitas merek, niat beli

ABSTRACT

INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENT CREDIBILITY TOWARD CONSUMER PURCHASE INTENTION (Studies on Honda Beat Motorcycle In Surakarta)

MUHAMMAD HARISH KAUTSAR AKBAR
F1214047

This study included into the study hypothesis to test: 1) the effect of the appeal endorser on the credibility of Celebrity Endorser, 2) effect of Expertise endorser on the credibility of Celebrity Endorser, 3) the influence of the credibility of Celebrity Endorser on advertising effectiveness, 4) influence the effectiveness of advertising on brand equity, 5) influence the effectiveness of advertising on purchase intention, 6) the impact of brand equity on purchase intention. Research was conducted on motorists prospective buyers Honda Beat in Surakarta. The sampling technique used is Propose Random Sampling.

Criteria Respondents in this study is the motor that is in Surakarta. This study took a number of respondents as many as 95 people using the techniques of the Branch Scale. The collection of this data using qousioner. The data were analyzed using analysis smartPLS.

This study uses a quantitative, results of this study concluded that: 1) the appeal endorser significant effect on the credibility of Celebrity Endorser; 2) expertise endorser significant effect on krebilitas Celebrity Endorser; 3) the credibility of the endorser significant effect on the effectiveness of advertising; 4) the effectiveness of advertising a significant effect on the brand equity; 5) effectiveness of advertising a significant effect on purchase intentions; 6) the brand equity have a significant effect on purchase intention of the ad Honda Beat.

Keywords: Credibility, attractiveness, expertise, effectiveness of advertising,
brand equity, purchase intentions

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITI PENDUKUNG JKT48
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
(Studi pada Konsumen Motor Honda Beat di Surakarta)**

Disusun oleh :

MUHAMMAD HARISH KAUTSAR AKBAR

F1214047

Surakarta, November 2016

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



(Dr. AHMAD IKHWAN SETIAWAN, S.E., M. T.)

NIP. 19720816 200012 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITI PENDUKUNG JKT48 TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN

(Studi pada Konsumen Motor Honda Beat di Surakarta)

Disusun oleh :

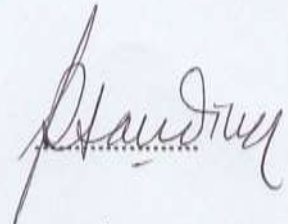
MUHAMMAD HARISH KAUTSAR AKBAR

F1214047

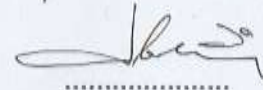
Telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji

Pada Tanggal : November 2016

Ketua Tim Penguji : **Retno Tanding Suryandari, S.E., M.E.**
NIP. 19710528 200003 2 001



Anggota Tim Penguji : **Drs. Bambang Sarosa, M.Si.**
NIP. 19550301 198503 1 002



Pembimbing : **Dr. Ahmad Ikhwan Setiawan, S.E., M.T.**
NIP. 19720816 200012 1 001



Mengetahui,

Ketua Prodi Studi Manajemen



Reza Rahardian, S.E., M.Si.
NIP. 19740609 200012 1 001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah ”
(HR. Turmudzi)*

*“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat.
Dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”
(Al-Mujadillah:11)*

*“Tidak ada kemudahan kecuali yang Engkau buat mudah. Dan
Engkau menjadikan kesedihan (kesulitan), jika Engkau
kehendaki pasti akan menjadi mudah.”
(Shahih Ibnu Hibban)*

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Ayahanda dan Ibunda tercinta, yang tak henti-hentinya mendukung dan memberikan do'a terbaiknya.
- ❖ Kakak dan adik yang telah memberikan semangat.
- ❖ Teman-teman yang telah memberikan motivasi.
Sehingga dapat menyelesaikan karya tulis ini.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : M. HARISH KAUTSAR AKBAR
NIM. : F1214047
Program Studi : S1 TRANSFER MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH KREDIBILITAS
SELEBRITI PENDUKUNG JKT48
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
(Studi pada Pengguna Motor di Wilayah
Surakarta)

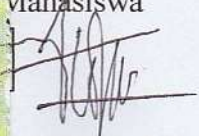
Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Skripsi yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.



Surakarta,
Mahasiswa


Muhammad Harish
NIM. F1214047

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah atas karunia-Nya serta rahmat yang telah diberikan Allah SWT dalam memberi kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITI PENDUKUNG JKT48 TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN (Studi pada Pengguna Motor di Wilayah Surakarta)” dengan baik.

Karya tulis skripsi ini disusun salah satunya untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta. Penulisan skripsi ini tidak dapat berjalan lancar tanpa adanya dukungan, bimbingan serta do’a dari lingkungan sekitar penulis yang turut memberikan motivasi selama penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini kepada :

1. Ibu Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Reza Rahardian, S.E, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Dr. Ahmad Ikhwan Setiawan, S.E., M.T. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dengan memberikan

pelajaran berharga dan meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan yang baik selama proses berlangsung.

4. Ibu Soemarjati Tjokroamidjojo, Dra., M.M. selaku Dosen yang telah memberikan pengarahan serta masukan terbaik selama masa berkuliah baik diluar kelas maupun didalam kelas.
5. Seluruh Dosen dan segenap jajaran Akademika Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas sebelas Maret yang telah memberikan ilmu untuk bekal mengatasi permasalahan bangsa dimasa mendatang.
6. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Sebelas maret yang telah membantu memberikan kemudahan kelancaran untuk keperluan perkuliahan.
7. Keluarga besar yang selalu mendukung dan penulis banggakan: Ayahanda tercinta Zulkifli Halim dan Ibunda tercinta Rufaida Setiyawati, serta Kakak-kakak tersayang Muhammad Ridho Hizbullah, Muhammad Syafrudin Akhyar, Nafila Hayati Zulkifli dan Adik tersayang Muhammad Azhar Fathoni yang selalu memberikan kasih sayang diberbagai kondisi, do'a yang berarti, memberikan memotivasi, semangat, serta kepedulian untuk terus maju.
8. Yogi Pridatama, sebagai teman yang menginspirasi untuk selalu berjuang diberbagai kondisi dan membantu memberikan motivasi yang membangun.

9. Teman – teman Valbury yang berada lingkungan penulis serta memotivasi: Okto Anggara, Dedy Arianto, Fauzi Fajrin, Rico, Amri Yahya, Arief Setiadi, dan Gerry.
10. Teman – teman seperjuangan S1 transfer dari awal hingga akhir semester perkuliahan: Dewi Anggraini, Nova, Anggit , Miedi, Rossi, Wahid Ariwibowo, Budi Satrio, Satria, Warih serta teman lainnya yang tak bisa disebutkan satu persatu.
11. Teman – teman KKN UNS 2016 Desa Sesaot, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat: Dewi Anggraini, Lita, Cahyo, Arvin, Hayuntari, Galih, Fikri, Dio, Arintha, Adwin, Geri Prasetya, Yusa, Azwar, dan Bara. Terima kasih atas pengalaman dan kebersamaannya selama sebulan lebih.
12. Keluarga besar HMI yang selama ini memberikan inspirasi untuk tetap menjadi generasi yang baik dan menjadi sukses dengan passion masing – masing.
13. Seluruh teman – teman Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Angkatan 2014 atas kebersamaannya selama perkuliahan.
14. Segenap responden yang telah meluangkan waktu untuk menjawab setiap pertanyaan dalam kuesioner.
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih telah membantu untuk kelancaran penulisan selama menyelesaikan skripsi.

Semoga amal kebaikan yang dilakukan untuk kelancaran penulisan skripsi ini diberi ganjaran pahala yang melimpah dari Allah SWT. Amin. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya tulis skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis menginginkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak guna terlaksananya kesempurnaan skripsi yang bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi penelitian selanjutnya.

Surakarta , November 2016.

Penulis

Muhammad Harish Kautsar Akbar

NIM F1214047

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO PERSEMBAHAN.....	vi
SURAT PERNYATAAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	16
2.1.2. Daya Tarik Endorser	18
2.1.3. Keahlian Endorser	19

2.1.4. Kredibilitas Endorser	20
2.1.5. Efektivitas Iklan	21
2.1.6. Ekuitas Merek	26
2.1.7. Niat Beli	31
2.2. Penelitian Terdahulu	33
2.3. Model Penelitian	34
2.4. Perumusan Hepotesis	35
2.4.1. Daya Tarik Endorser dan Kredibilitas.....	35
2.4.2. Keahlian Endorser dan Kredibilitas	36
2.4.3. Kredibilitas Endorser dan Efektivitas Iklan	37
2.4.4. Efektivitas Iklan dan Ekuitas Merek	38
2.4.5. Efektivitas Iklan dan Niat Beli	40
2.4.6. Ekuitas Merek dan Niat Beli	42
2.5. Definisi Operasional.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1.Desain Penelitian.....	44
3.2. Metode Pengambilan Sample dan Teknik Pengumpulan Data	46
3.2.1. Populasi	46
3.2.2. Sampel.....	46
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	47
3.2.4 Jenis Penelitian.....	48
3.3. Analisis Data	48
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.2. Karakteristik Responden	54
4.3. Pengujian Alat Analisis.....	60
4.3.1.Uji Validitas	60
4.3.2.Uji Reabilitas	65
4.3.4. Uji Hipotesis	68

BAB V PENUTUP	80
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	83
5.3. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1.1	Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2016.....	9
Tabel I.1.2.	Data Penjualan Motor Matik Honda Beat Tahun 2014 dalam Unit.....	10
Tabel II.1.1.	Ringkasan dari beberapa studi tentang Celebrity Endorser.....	33
Tabel II.2.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	44
Tabel VI.1.1.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	54
Tabel IV.1.2.	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden.....	56
Tabel IV.1.3.	Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan Responden.....	57
Tabel IV.1.4.	Distribusi Responden Berdasarkan Daerah Domisili Responden	59
Tabel IV.2.1.	<i>Confirmatory Factor Analysis 1ST Order</i>	61
Tabel IV.2.2.	<i>Confirmatory Factor Analysis 2ND Order</i>	63
Tabel IV.2.3.	Confirmatory Factor Analysis 1ST Order dan 2ND Order	66
Tabel IV.2.3.	Hasil Pengujian Hipotesis	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1.1. Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	55
Gambar IV.1.2. Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden	56
Gambar IV.1.3. Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan Responden.....	58
Gambar IV.1.4. Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Daerah Domisili Responden	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Mentah Penelitian

Lampiran 3. Analisis dengan menggunakan *software* SmartPLS versi 3

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Lampiran 5. Hasil Uji Hipotesis